

Les cerimònies olímpiques de Barcelona'92: el gran bufet de les imatges mediàtiques

Núria Garcia

Professora titular del Departament de Comunicació Audiovisual i Publicitat I (UAB)

Introducció

Les cerimònies olímpiques constitueixen un dels millors escenaris de la realitat comunicativa que ens ajuda a entendre com es representen les cultures dels altres i la pròpia. La realitat sociològica és una i, a més a més, única, i la diversitat cultural i d'identitats hi és present en tot moment. Els mitjans de comunicació reflecteixen importants i nombrosos esdeveniments internacionals, des d'una cimera en el context europeu, centreamericà, llatinoamericà o africà fins a un conflicte bèl·lic –local o no, que acaba sent global, i viceversa–, un fòrum amb temàtica cultural, una reunió de l'ONU amb la representació dels seus països membres o un festival de música internacional. Però l'esport ha estat probablement l'àmbit que ha aconseguit aplegar persones procedents d'un nombre més gran de comunitats. Estem habituats a retransmissions esportives protagonitzades per esportistes que representen dos territoris, com la final de la Champions 2009 a Roma, i altres vegades múltiples països, com ara els grans premis d'automobilisme o els campionats europeus d'atletisme.

Els Jocs Olímpics constitueixen segurament la competició esportiva que aplega un nombre més elevat d'homes i dones, sobretot homes (Hogan 2003), procedents de contextos socioculturals diversos. Als Jocs de Los Angeles 1984 van desfilar 140 delegacions; a Atlanta 1996, 197; a Atenes 2004 van participar 202 països; i a Pequín 2008, 203. És precisament aquesta participació plural la que fa que les Olimpíades siguin, a més a més d'un dels esdeveniments principals de la competició esportiva d'elit, un aparador extraordinari, en molts casos irrepetible, per representar identitats i cultures davant una mirada local, del territori que organitza les Olimpíades, i una altra d'internacional.

En aquest context, les cerimònies inaugurals i de clausura són escenaris per on es passen estereotips, símbols, discursos, estratègies i altres elements i fonaments culturals mediàtics a partir d'una doble dimensió: la primera, ideada, articulada i representada pel país organitzador a les cerimònies i retransmesa a partir del senyal internacional que ofereix la televisió; i la segona, el significat que té l'esdeveniment per a altres cultures que intenten explicar a la seva comunitat què passa i, de vegades, per què passa.

Els Jocs Olímpics es configuren com a espectacle televisiu, objecte d'estudi imprescindible per entendre els processos de comunicació definits com a globals, tant per als mateixos protagonistes d'unes Olimpíades com pel paper que hi té la televisió.

Aquest fenomen és l'eix central de la recerca *Global Television and the Olympics Games. The experience of Barcelona'92*¹⁶, dirigida des del Centre d'Estudis Olímpic pel seu director, el catedràtic Miquel de Moragas, per la Dra. Nancy K. Rivenburgh

16. Aquest projecte ha constituït la motivació de l'autora d'aquest text per treballar la comunicació des de l'àmbit de la recerca i la docència.

de la Universitat de Washington a Seattle i pel Dr. James F. Larson de la Universitat de Singapur. L'objectiu principal de la recerca va ser analitzar el paper de la televisió internacional en els Jocs Olímpics de Barcelona'92 a partir de l'estudi de la seva planificació, la producció, els continguts i la recepció. Entre els temes més significatius d'aquest estudi destaquen els següents: el paper de la televisió en l'evolució del mateix Moviment Olímpic modern, la representació de les nacions en l'espectacle televisiu, les implicacions dels drets de televisió i els patrocinadors en l'organització i els continguts del discurs televisiu, la recepció internacional i local de l'esdeveniment, les transformacions derivades de la innovació que han significat les tecnologies de la informació i la comunicació, i les relacions entre televisió, esport i cultura a partir de l'experiència dels Jocs de Barcelona. La complexitat i la dimensió d'aquest ambiciós projecte es van poder desenvolupar gràcies a una extraordinària i entranyable col·laboració internacional de nombrosos investigadors i investigadores de vint-i-sis països (vegeu la taula 1).

Taula 1

Equip de recerca principal

- **Del Centre d'Estudis Olímpics i de l'Esport:** Núria Garcia, Marc Carroggio, Maria Gutiérrez, Muriel Ladrón de Guevara, Gemma Larregola, Nicolás Lorite, Montserrat Llinés, Susanna Ribas, Dolors Aparicio, Carmen Gómez Mont (*Universidad Iberoamericana -México*) i Sonia Muñoz (*Universidad del Valle - Colombia*).
- **De la Universidad de Washington:** Kerry Carnahan

Corresponsals de recerca internacional

- **Japó:** Nobuko Kosaka, Hiroshi Matsuyama (*Yomiuri Telecasting Corp*), Andrew Painter.
- **República Popular de la Xina:** Li Liangrong (*Fudan University*), Kong Xiang-an (*Tianjin Institute of Physical Education*).
- **Corea:** Park Heung Soo (*Yonsei University*), Kang tae-Young (*KBS broadcast Research Institute*).
- **República de Singapur:** Duncan Holaday, Eugenia Peck (*National University of Singapur*).
- **Malàisia:** Ramli Mohamed (*Universiti Sains Malaysia*).
- **Indonèsia:** Naswill Idris (*The Indonesian Open Learning University*).
- **França:** Françoise Papa (*Université Stendhal*).
- **Alemanya:** Claus Dieter Rath.
- **Regne Unit:** John Izod, Peter Meech, Tim Thornicroft amb Richard Kilborn (*University of Stirling*).
- **Grècia:** Panayote E. Dimitras (*Communication and Political Research Society*).
- **Eslovènia:** Slavko Splichal amb Sandra Basic i Breda Luthar (*University of Ljubljana*).
- **Estats Units:** Eric Rothen Buhler (*University of Iowa*).
- **Canadà:** Gaëtan Tremblay amb M. St-Laurent (*Université du Québec à Montréal*).
- **Colòmbia:** Ramiro Arbeláez Ramos (*Universidad del Valle*).

- **Mèxic:** Carmen Gómez Mont amb Lorena Martín del Campo, Vicente Arancon, Francisco Briseño i Pablo Herranz (*Universidad Iberoamericana*).
- **Brasil:** José Marques de Melo amb Nanci Laura Loturco Pittelkow (*Universidade de São Paulo*).
- **Cuba:** Enrique González Manet (*Instituto Cubano de Radio y Televisión*).
- **Romania:** Peter Gross amb Radu Cosarca i Cristian David (*California State University Chico*).
- **Russia:** Yassen N. Zassoursky amb Svetana Kolesnik i Andrei G. Ritcher (*Moscow University*).
- **Egipte:** Awatef Abd El-Rahman amb Ashraf Abd El Mogeith, Fahima Ahmed Gouda, Hani Mohamed, Khalid Salah El Din i Mohamed Houssam El Din (*Cairo University*).
- **Camerun:** Francis Nguempenye Wete (*University of Yaounde*).
- **Ghana:** Kwame Karikari (*University of Ghana*).
- **Sud Àfrica:** Arnold S. de Beer, Elanie Steyn (*University for Christian Higher Education, Potchefstroom*), Daan P. van Vuuren (*SABC*), Eric Louw amb Nhalanhla Nkosi (*University of Natal*).
- **Austràlia:** John Langer (*Victoria University of Technology*).

Font: Moragas, Rivenburgh i Larson 1995, V-VIII.

La investigació va comptar amb el suport de diverses institucions, com ara el Comitè Internacional Olímpic (CIO), el Museu Olímpic de Lausana, la Comissió de les Comunitats Europees (CE), la Comissió Interministerial de Ciència i Tecnologia (CICYT) d'Espanya, la Comissió Interdepartamental de Recerca i Innovació Tecnològica (CIRIT), el Comissionat per a Accions Exteriors de la Generalitat de Catalunya i la Universitat de Washington Graduate School Foundation.

Un dels temes centrals de la investigació va ser l'estudi de les imatges representades per la televisió durant la retransmissió de les cerimònies inaugural i de clausura, fenomen que centra l'interès d'aquest capítol. La cerimònia inaugural d'un Jocs Olímpics no tan sols transcendeix una audiència que supera la d'altres esdeveniments esportius, malgrat les diferències horàries, sinó que la presència dels atletes i les nacions participants converteix aquest acte en excepcional. Les cerimònies brinden l'oportunitat a la ciutat i la nació seu de presentar la seva identitat al món, com expressa Tomlinson (1996, 583): "Els Jocs Olímpics de l'era moderna, tant pel que fa a la qualitat del producte com a l'impuls de la globalització política, cultural i econòmica, exemplifiquen les tensions que hi ha entre la globalització i el localisme, i són terreny abonat per a les articulacions d'identitat nacional".

L'estratègia comunicativa de les cerimònies olímpiques s'articula després de precisar els elements presencials que identificaran la cultura de la comunitat que organitza els Jocs, a partir de referents polítics i socials, i també a partir d'altres que poden procedir d'entorns culturals més amplis, com ara la cultura mediterrània (Moragas 1993). La inauguració del Jocs Olímpics té lloc precisament a la cerimònia d'obertura gestada com a espectacle televisiu. I és en aquest punt on els discursos audiovisuals de les televisions esdevenen una peça molt valuosa.

El coneixement sobre la construcció d'estereotips i altres representacions generades per les indústries culturals centra una línia de recerca substancial per als estudis de comunicació. Per la significació d'aquests elements, el projecte *Jocs Olímpics i*

televisió global va dissenyar la seva estratègica metodològica a partir de dos recursos clau:¹⁷ la informació contextual sobre l'estructura del sistema televisiu de la mostra i sobre les notícies generades sobre els Jocs de Barcelona'92 als diferents països, i els diferents enregistraments de les cerimònies —d'inauguració i de clausura— de vint-i-sis països, com es pot observar a la taula 2.

Taula 2: Mostra de les cerimònies olímpiques analitzades

Alemanya: ARD	França: TF1
Austràlia: Channel 7	Ghana: GBC-TV
Brasil: TV Globo i TV Bandeirantes	Grècia: ET1
Camerun: CRTV	Indonèsia: TVRI
Canadà: TVA i CTV	Itàlia: Rai1 i Rai3
Xina: CCTV	Japó: NHK
Colòmbia: Cadena A	Malàisia: TV3
Corea: MBC	Mèxic: Canal 13
Cuba: Tele-Rebelde	Regne Unit: BBC
EUA: NBC	Romania: RTV
Egipte: ERTU2	Rússia: Ostankino 1
Eslovènia: 2nd Channel	Singapur: SBC 12
Espanya: TVE2 i Canal Olímpic (Catalunya)	Sud-àfrica: SABC

Font: Moragas, Rivenburgh i Larson 1995

Totes les emissores de televisió esmentades es van analitzar atenent els aspectes següents: els símbols i els valors olímpics, les informacions sobre Barcelona i la seva cultura en el context més general, els discursos sobre Catalunya, Espanya i Europa, i les informacions sobre les nacions participants, els seus atletes i els referents culturals dels seus països. Aquesta anàlisi implicava una exploració prèvia que havia de proporcionar una radiografia dels discursos verbals i visuals que oferien cadascuna de les emissores que componien la mostra, i una foto comparativa entre els continguts retransmesos per la Ràdio Televisió Olímpica (RTO) i els emesos per la televisió del país analitzat.

Òbviament, aquest treball va implicar el buidatge de les imatges de les cerimònies olímpiques, amb la descripció detallada del guió escènic o teatral, el còmput dels minuts dels plans oferts per la RTO, el còmput dels minuts dels plans de l'emissora analitzada (incloent-hi el tipus de pla, les sobreimpressions i altres elements infogràfics), i la transcripció i la traducció dels discursos dels presentadors i els comentaristes de les cadenes que integraven la mostra. La publicitat en la retransmissió de les cerimònies emeses als diferents països va ser igualment un element important d'anàlisi, ja que permetia observar la presència del discurs publicitari i les diferents formes i formats d'inserció publicitària durant les cerimònies.

17. L'estratègia metodològica va ser presentada per l'autora d'aquest capítol a la ponència *Metodologia de l'anàlisi de contingut i de transcripció visual de les cerimònies olímpiques*, de les jornades "La imatge de Barcelona'92 a les televisions del món", al Col·legi de Periodistes de Catalunya, el 28 de juny de 1993.

Amb aquest material es va fer una anàlisi de contingut per detectar les categories temàtiques següents: imatges generades sobre Catalunya, Espanya i Europa; personatges de la vida social, política i cultural –o altres– presents en els discursos visuals i/o sonors de les televisions; valoració de les televisions en episodis específics del guió teatral (com ara pel que fa als castellers, el Mediterrani, el CIO, els valors olímpics o Europa), i el tractament audiovisual durant la desfilada de totes les delegacions olímpiques a l'estadi (Moragas, Rivenburgh i Larson 1995). Precisament aquesta part del guió de les cerimònies olímpiques, el moment de la desfilada de les delegacions, constitueix un gran bufet d'estereotips de les cultures representades a les televisions del món.

L'entramat metodològic va pretendre ser coherent amb l'objectiu de la recerca i va permetre obtenir resultats complementaris des de les perspectives quantitatives i qualitatives pel que fa a la construcció d'identitats relacionada amb la cultura, la televisió i l'esport. D'una manera més específica, i amb relació als primers resultats del projecte, cal destacar diverses publicacions fetes des del Centre d'Estudis Olímpics sobre les imatges de Barcelona, Catalunya, Espanya i Europa a les cerimònies olímpiques de Barcelona'92, i la cultura mediterrània als Jocs Olímpics de Barcelona'92. Les aportacions sobre la imatge dels tres territoris, Barcelona, Catalunya i Espanya, es tracten a partir de quatre factors: la interpretació internacional de les identitats i les seves relacions amb altres cultures, el posicionament davant el fet diferencial català, la imatge específica sobre la ciutat de Barcelona i l'interès internacional sobre la cultura de la seu. Els resultats sobre la imatge d'Europa s'articulen a partir de la mateixa idea d'Europa als guions oficials de les dues cerimònies, els discursos audiovisuals de dos segments de les cerimònies (*L'himne a l'alegria* i els castellers) i altres referències a Europa en els continguts audiovisuals dels Jocs. Finalment, la relació entre els Jocs de Barcelona'92 i la cultura mediterrània es tracta a partir de la representació teatral durant les cerimònies inaugural i de clausura.

L'atenció als continguts televisius durant diversos segments –com ara l'entrada de les banderes a l'estadi i l'audició dels himnes català i espanyol, la ballada de sardanes i l'actuació dels castellers– va ser motiu de tres informes en què es presentaven els significats que els comentaristes de les televisions atorgaven a l'espectacle. La construcció de la identitat catalana a través d'aquest esdeveniment va ser un punt clar de la recerca, com molt bé va remarcar l'article publicat a la revista *El Temps* titulat "In Catalonia, of course". També cal destacar la transferència del coneixement obtingut amb aquest projecte a l'àmbit de l'educació, ja que una part de les conclusions de la recerca van constituir la base de diferents materials docents en l'àmbit universitari. En va ser un exemple la producció per a un programa de teleeducació universitària sobre Olimpisme emès per via satèl·lit a totes les universitats de l'Estat de Geòrgia. Entre els títols de la producció audiovisual destaquen els següents: *Olympic Television Production for Barcelona'92*, *Olympic Advertising at the Barcelona'92 Ceremonies*, *Symbols of Peace in Olympic Ceremonies* i *Impact of the 1992 Olympic Games on the City of Barcelona*.

L'objectiu principal de la recerca esmentada en aquest text pretenia avançar en el coneixement sobre la construcció de la identitat catalana a partir d'un espectacle televisiu com les cerimònies olímpiques. I, tal com dèiem al començament d'aquest text, els discursos narratius dels periodistes de les televisions del món intenten donar sentit a la identitat de l'altre a partir de la cultura pròpia.

Conclusions de l'estudi¹⁸

En l'anàlisi comparada de les vint-i-set cerimònies d'obertura i de clausura dels Jocs de Barcelona s'observen dues qüestions destacades. D'una banda, l'important paper que el comitè organitzador, el COOB'92, va tenir en la creació de la representació dels conceptes d'Olimpisme, Barcelona, Catalunya i Espanya. De l'altra, la constatació que les diferents cultures i els marcs referencials determinen en gran part la interpretació que les televisions analitzades traslladen a les seves audiències. D'alguna manera, les televisions que retransmeten el senyal institucional dels Jocs reinterpreten allò que veuen per a les seves

18. Aquest apartat recull algunes de les conclusions comentades del llibre *Television in the Olympics* (1995, 244-249).

audiències, de manera que s'erigeixen en constructors d'un significat nou. És el cas de l'espectacle de focs artificials de la cerimònia d'obertura dels Jocs en què la televisió alemanya ARD va trobar concomitàncies amb les bombes caient sobre la ciutat de Sarajevo, mentre que la televisió de Singapur SBC 12 va interpretar l'espectacle pirotècnic com una extravagància qüestionable. Al Camerun, en canvi, van considerar els focs artificials un símbol de la riquesa de la ciutat de Barcelona (Moragas, Rivenburgh i Larson 1995, 244-245).

No obstant això, crida l'atenció que en un nombre important de retransmissions la representació dels valors i els símbols olímpics va ser minsa, i inexistent en un nombre reduït. Entre els valors presents, destaquen la participació i la pau, juntament amb l'amistat, com els més rellevants. En general, no es va observar a les retransmissions televisives dels Jocs de Barcelona aquesta vocació d'educar les audiències pel que fa a la història, els símbols i els valors olímpics. En les negociacions amb les televisions posteriors a aquests Jocs es va incloure com a valor qualitatiu important a l'hora de concedir els drets televisius dels Jocs a un operador determinat el compromís de les televisions amb els aspectes esmentats.

Totes les qüestions tractades no fan altra cosa que destacar que alguns discursos escapen del control dels organitzadors dels Jocs. Aquest fenomen revela la necessitat de continuar mostrant de quina manera les diferents televisions adapten el senyal institucional i el seu paper com a intermediaris entre els Jocs Olímpics i les audiències. En l'estudi es va observar que els comentaristes dels Jocs actuen sovint com a intèrprets, observadors i, fins i tot, àrbitres d'aquest megaesdeveniment (Moragas, Rivenburgh i Larson 1995, 245-247). Un altre aspecte destacat relacionat amb les audiències és de quina manera l'emissió en directe i l'emoció transmesa, així com l'interès per unes poques estrelles esportives universals, juntament amb l'atracció dels públics pels protagonistes locals de cada país, s'erigeixen, per a les diferents televisions, en els afegitons principals a l'hora d'aconseguir grans audiències sostingudes dels Jocs Olímpics.